



- セミナー
- セミナー資料販売
- 過去のセミナー
- ダイレクトメールのご登録

▲講座・セミナー一覧へ戻る▲

流通経済研究所 ショッパー研究セミナー
ドラッグストア食品ショッパー研究セミナー
ドラッグストアにおける食品購買の実態に迫る

お申し込み受付は終了いたしました。
多数のご参加ありがとうございました。

開催日	2019年8月7日(木) 18:00～17:00
会場	TKF市ヶ谷カンファレンスセンター 東京都新宿区市谷八幡町B番地
受講料	1名欄につき 税別30,000円(税込32,400円)

セミナーの概要

ドラッグストア業態での食品の売上げ規模は、2017年でおよそ1兆8千億円と推計されます。この金額は、2007年からの10年間で66%の増加、また前年比では3.6%の増加となっており、ドラッグストア業態は規模、成長率ともに消費者の食品購買先として、食品を扱うメーカー・卸にとって販売チャネルとしての重要度を増してきているといえます。*

- ・ 主要ドラッグチェーンの食品シェアの違いと食品の取扱い範囲
- ・ 食品比率の高いドラッグストアで食品を購買するショッパーの他業態との使い分け
- ・ ドラッグストアでの食品購買比率の高し、ショッパーの属性の特徴
- ・ ドラッグストアでの食品購買は目的買いか非食品のついで買いか
- ・ 同一ショッパーがドラッグストアで購入する食品と他業態で購入する食品のメーカー、ブランド、価格の違い

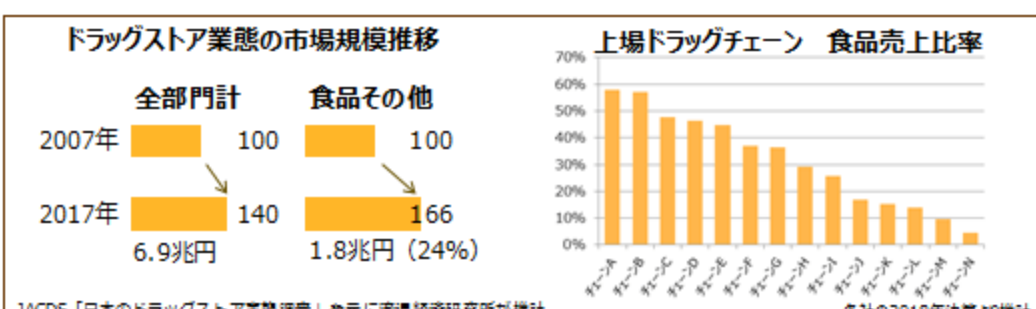
* JACDS「日本のドラッグストア実態調査」を元に流通経済研究所が推計

受講対象者

本セミナーは、消費財メーカー・卸売業の方を対象としております。それ以外の業種の場合、お申し込みを受けられない場合がございます。あらかじめご了承ください。

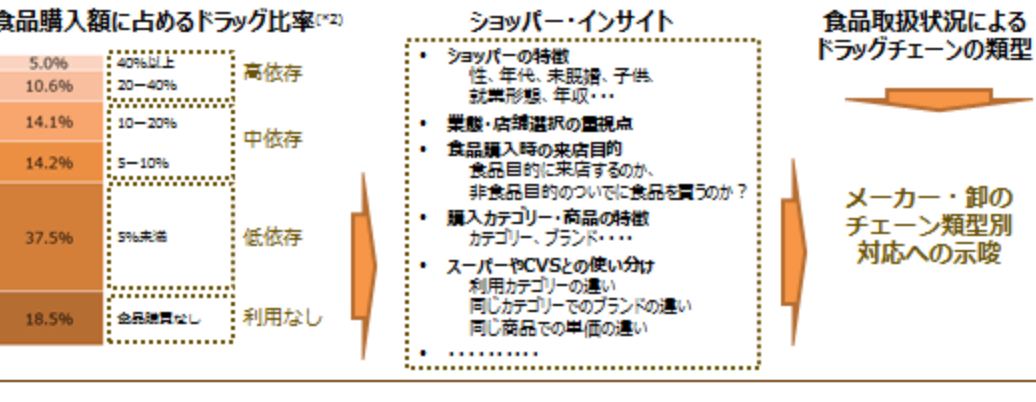
ドラッグストア業界全体と主要チェーンの食品強化の動き

ドラッグストア業界は、2017年に総売上高約7兆円となり、前年比7%の伸びを示しています。*成長を続ける要因の一つとして、ドラッグストア各社における食品強化の動きがあります。一方、主要チェーン各社の動向を見ると、従来のドラッグストアに対して抱いていた「食品＝ディスカウントカテゴリー」とは異なる売場展開や商品開発の動きが見られます。また食品強化に対する取り組みの違いが、各社の戦略や業績の差となって現れつつあります。そこで本セミナーではドラッグストアにおける食品ショッパーに焦点をあてると同時に、ドラッグストア業界と主要チェーンにおける食品強化の動きを整理し、新たな食品販売チャネルとしての可能性を示します。



ドラッグストアにおける食品ショッパーに関するインサイト

消費者購買パネルデータによると、女性ショッパーの15.8%は食品支出の20%以上をドラッグストアで支出しています。*さらに、売上に占める食品比率の高し、ドラッグチェーンの主利用者に絞ると、31%のショッパーの食品購買のドラッグストア依存率が20%を超えています。食品購買のドラッグストア依存率の高低は、年代や就業形態、年収で異なるのでしょうか？また、食品購買のドラッグストア依存率の高低によって購入カテゴリーやブランド、商品は異なるのでしょうか？さらに同一ショッパー同一カテゴリーで、ドラッグストアとスーパーやコンビニでは購入商品がどのように異なるのでしょうか？本セミナーでは、消費者購買パネルデータの分析と買物に関する消費者アンケート調査の結果から、ドラッグストアでの食品ショッパーに関するインサイトについてご報告いたします。さらにこうしたショッパーインサイトと各チェーンの食品取扱いの類型から、食品メーカー・卸のドラッグストア業態への対応への示唆をご提示いたします。



* (注) 消費者購買パネルデータ: GPRデータ、全てのチェーンを対象、女性に限定、主婦・惣菜は含まない

プログラム

時間	内容・報告者
13:00～13:10	始めに - セミナーのねらいと概要 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也
13:10～14:10	1. ドラッグストア業界と主要チェーンの食品強化の動き ドラッグストア業界が成長を続ける要因の一つとして、ドラッグストア各社における食品強化の動きがあります。一方で主要チェーン各社の動向を見ると、従来のドラッグストアに対して抱いていた「食品＝ディスカウントカテゴリー」に留まらない売場展開や商品開発の動きが見られます。また食品強化に対する取り組みの違いが、各社の戦略や業績の差となって現れつつあります。本レポートではドラッグストア業界と主要チェーンにおける食品強化の動きを整理し、新たな食品販売チャネルとしての可能性を示します。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 加藤 弘之
14:10～14:20	休憩
14:20～15:20	2. ショッパー調査から見るドラッグストアにおける食品の位置づけと対応 ドラッグストアで実施した店頭調査、および業態・店舗選択に対するWeb調査の結果から、ドラッグストアを利用するショッパーにとっての食品カテゴリーの役割と対応すべきMD施策を考察します。 公益財団法人 流通経済研究所 理事 山崎 泰弘
15:20～15:30	休憩
15:30～16:40	3. 消費者購買データによるドラッグストアにおける食品購買の深層 消費者購買パネルデータを使い、ドラッグストアでの食品購買に関して深く掘り下げます。とくに以下のような視点から、ドラッグストアにおける食品ショッパーに関するインサイトをご報告いたします。 ・ 食品購買のドラッグストア依存率とショッパーの特徴 ・ 食品購入時の非食品購買状況 ・ 購入カテゴリーの特徴 ・ スーパーやコンビニとの使い分け、等 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也
16:40～17:00	4. まとめ ドラッグストアにおける食品メーカー・卸の対応への示唆 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也

※プログラムや報告者は、都合により変更となる場合がございます。あらかじめご了承ください

お問い合わせ

公益財団法人流通経済研究所
担当: 伊藤、祝
住所: 〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山崎ビル10階
電話: 03-5213-4532 FAX: 03-5276-5457

▲講座・セミナー一覧へ戻る▲